

文章编号: 1005-0523(2003)06-0025-04

我国企业发展电子商务的趋势

黄文昌¹, 丁昌援²

(1. 华东交通大学 基础科学学院, 江西 南昌 330013; 2. 江西省计算技术研究所, 江西 南昌 330013)

摘要: 电子商务对传统的经营管理模式、商务流通模式产生了巨大的影响, 形成了经营管理和商务流通的新模式; 分析了电子商务给企业带来的竞争优势及企业如何发展电子商务。

关键词: 电子商务; 企业; 竞争优势; 发展趋势

中图分类号: F724.6

文献标识码: A

0 引言

上世纪90年代以来, 一系列技术的突破使得互联网发生了日新月异的变化, 呈现出爆炸性增长。随之, 一种基于互联网、以交易双方为主体、以银行电子支付和结算为手段、以客户数据为依托的全新商务模式——电子商务(Electronic Commerce)应运而生。据世界贸易组织统计, 2000年全球电子商务的交易金额已达3000亿美元。据Deloitte咨询公司预测, 2003年全球电子商务营业收入可达10000亿美元, 是1997年150亿美元的67倍, 至2004年时全球电子商务的交易金额将达6.9兆美元, 而亚太地区则会成为全球第二大电子商务市场, 交易金额将达1.6兆美元。

1 电子商务的特点

电子商务, 从狭义上讲是指政府、企业和个人利用现代电子计算机与网络技术实现商业交换和行政管理的全过程; 从广义上说, 它的本质是建立一种全社会的“网络计算环境”或“数字化神经系统”, 以实现信息资源在国民经济和大众生活中的全方位应用, 与传统商务模式相比, 电子商务使商

务模式发生了显著改变:

1) 全新的商务模式将对人类社会生活产生重要影响

电子商务是在虚拟空间进行的商务活动, 因而是对传统商务活动的一次根本性革新, 将使人类的社会、政治和文化生活发生深刻变革。电子商务的迅速发展, 已经使传统非网上销售业受到严重冲击。据报道: 目前94%的网上销售业务是从传统销售领域争夺过来的, 1999年估计从传统零售商手中抢夺的生意超过112亿美元。

2) 巨大的市场孕育着无限商机

互联网的迅速发展使之成为继传统市场之后的又一个巨大市场, 这一市场突破了国界与疆域, 正在地球上形成一个新的大陆, 即“第七洲”——虚拟洲。企业或商家可以在这个“虚拟洲”上构筑覆盖全球的商业营销网, 因而获得全球性、无限的商务空间。目前全球互联网用户已经超过1.8亿, 并且仍在不断增长。据预测, 今后3年内全球上网人数将增至10亿, 未来10年1/3的全球国际贸易将以网络贸易的形式来完成巨大的市场与无限的商业机遇, 展现出这一市场现实的和潜在的丰厚商业利润。

3) 借助全新手段获得全球性竞争优势

信息已经成为信息时代最重要的战略性资源, 电子商务则是最好的获取手段。利用电子商务方

收稿日期: 2003-05-18

作者简介: 黄文昌(1969-), 男, 广东兴宁人, 讲师。

式,企业可以构筑覆盖全球的商业营销体系,实施全球性经营战略,加强全球范围内行业间合作,因而增强全球性竞争能力.特别是对于小企业或小行业,通过电子商务了解世界范围的市场需求,促进与遍布全球的公司间合作,可以形成一种更大更有效的经济规模,使自己更具有竞争力.据报道,过去两年中,美国小企业上网比例已由 19.7% 猛增到 41.2%,2001 年全美 20% 的小企业已设立了自己的网页,36% 的企业将开展网上销售业务.

4) 为适应新型商务模式,企业生产组织与经营方式将发生改变

网络、通讯和信息技术的发展,使得现代商业突出出不断增长的供货能力、客户需求与全球性竞争的特征,因而每个商业组织都必须调整其组织结构与经营方式来适应这种变化.事实上,许多企业或商家已经在调整其生产组织与经营方式,采取更加依赖于信息资源的运作方式.比如,1992 年全球网页(Web Site)仅有 52 个,1998 年达到 3000 万,2002 年已超过 30 亿个,70% 以上的大公司都将通过网页进行销售.

5) 采用新型商务模式,使企业经营效率和生产率获得极大提高

电子商务以一种最大化网络方式将顾客、销售商、供应商和雇员联系在一起,使供需双方在最适当的时机得到最适用的市场信息,因而极大地促进供需双方的经济活动,减少交易费用和经营成本,提高企业经济效益和参与世界的竞争能力.据统计,2002 年电子商务全年已为商界节约 12500 亿美元.

另外,作为信息技术应用的主要领域,电子商务正在成为未来国家经济新的增长点.电子商务主导技术是信息技术,它的发展将有利地带动一批信息产业和信息服务业的发展,促进经济结构的调整,从而对经济发展产生推动作用.据世界银行估计,1996 年全球用于信息基础设施升级改造的投入达 3000 亿美元,可以预见,未来各国将为吸引资本以构筑信息基础设施而展开激烈竞争.

2 我国电子商务的发展趋势

随着政府对电子商务的大力扶持,企业对网上经济的不断投入以及网民数量的不断增加,我国电子商务的发展将出现以下一些趋势.

2.1 纵深化

电子商务的基础设施将日臻完善,图像通信网、多媒体通信网将建成使用,三网合一的潮流势不可挡,高速宽带互联网将扮演越来越重要的角色,制约我国电子商务发展的网络瓶颈有望得到缓解和逐步解决.新一代高速互联网方案迟早会出台并付诸实施.我国电子商务的发展将具备良好的网络平台和运行环境,消费者的上网费用将越来越低廉,企业发展电子商务和个人参与电子商务的深度将进一步拓展.

2.2 个性化

互联网的出现、发展和普及本身就是对传统秩序型经济社会组织中个人的一种解放,使个性的张扬和创造力的发挥有了一个更加便利的平台.就消费者个人来说,则使消费者主权的实现有了更有力的技术基础.消费者个性化定制信息的需求将会强劲,个性化商品的深度参与成为必然.

2.3 专业化

面向消费者的垂直型网站和专业化网站前景看好,面向特定行业的专业电子商务平台的发展潜力巨大.

2.4 国际化

互联网的最大优势之一就是超越时间、空间的限制,能够有效地打破国家和地区之间各种有形和无形的壁垒,对促进每个国家和地区对外经济、技术与合作等的交流将起到巨大的作用.因此我国电子商务企业必须走向世界,同时也面临着世界电子商务强手的挑战.

2.5 区域化

区域化趋势是就我国独特的国情条件而言的.我国是一个人口众多、幅员辽阔的大国,社会群体在收入、观念、文化水平等很多方面都有不同的特点.因此,立足我国国情采取有重点的区域化战略是有效地扩大网上营销规模和效益的必然途径.

2.6 综合化

电子商务网站在最初的全面开花之后必然走向新的融合,包括同类兼并、互补性兼并和战略联盟协作.

电子商务的发展必须有政府部门的宏观指导和支持市场发展的政策及法律框架;同时也必须发挥企业的主体作用和一套完整的使各种技术可以互通的基础性技术标准.

3 电子商务给企业带来的优势

企业是经济活动的基本组成单位和电子商务的主体,电子商务的深入发展必须要有企业积极主动的参与,应当鼓励企业发挥主动性,积极参与电子商务的应用,在政府部门的指导和协调下,通过联合协作和标准化,建立一套技术标准,支持电子商务基础设施和电子商务业务的专门需求,这些标准以及任何补充或相关的标准,都应有利于贸易和竞争及鼓励创新,这些技术解决方案也必须同政策和法律框架相互合作,促进消费者信赖的电子商务市场的形成,为所有的参与者提供法律保护和获得真正的收益。

电子商务之所以得到西方发达国家企业的重视,是因为它能够有效提高企业的竞争优势,电子商务以现代化的电子技术和信息手段为基础,利用了国际互联网在信息传递和资源共享方面的特长,在成本节约、信息获取、企业管理等方面起到了积极的作用,具体主要体现在以下几个方面:

1) 降低企业经济活动成本

电子商务使用现代通讯技术和信息手段,直接降低了企业经济活动的成本,例如,从中国邮寄一封信件到美国的邮费在5元人民币以上,含有同样信息量的电子邮件的费用不超过3角,电子商务技术已经相当成熟,电子商务的功能与传统商务活动相差无几,而且成本非常低,电子商务的低成本优势决定了它必将在广泛领域替代传统商务活动的方式,并能够促进商务活动的进一步发展。

电子商务加快了社会流通,降低流通过程费用,基于国际互联网的电子商务的优势在于通过电脑网络使信息低成本传播,商品选取、购买都可以在网上实现,电子化的支付也是实时的,由于可以得到商品销售的实时资料,商家只需要保持少量的存货就可以满足需求,减少了存货中积压的资金,例如在美国,有形书店必须持有160天的库存量才能供人选购,使用电子商务的Amazon只需要保持15天的库存量,而Amazon的人均销售额在美国所有书店里是最高的,同时,商业机构无需设立零售商店,不需要承担店铺的租金费用,也不需要承担店铺零售人员的雇用费用,从而降低了商业流通成本。

2) 降低信息的获得成本

对于企业来说,得到信息是获取商业机会的第一步,电子商务有效地降低了信息的获得成本,现

代化的电子商务是以国际互联网为基础的,网络的特点是开放性和信息的共享性,企业可以通过互联网浏览到接入网络的信息,理论上这种信息是跨地区跨国界的,而且与传统的书面广告、传真、电话相比,其成本是非常低的,信息获得成本的降低间接地减少了经济活动主体的经营成本,改善了企业的经营环境。

3) 推动产品创新

电子商务的创新作用有两方面,一方面,电子商务本身包含着传统商业服务和新产品职务,基于网络的商品销售属于传统的商业服务;网络信息服务、网络娱乐、通讯等是新的产品,是基于电子商务的产品创新,现在包括微软、网易、Dell等大公司的大部分产品服务都是通过网络完成的,在美国所有的电子商务营业中有超过70%与网络创新的产品有关。

另一方面,电子商务通过产品创新推动了市场创新,并且带动了新型信息企业的崛起,成为经济的新增力量,电子商务的发展要求有电脑硬件和软件的支持,网络商业的发展要求更高级的电脑主频和网络传输速度,带动了系列硬件和软件的发展,一批新生企业也在利用电子商务发展起来的商务活动新概念,率先进入市场,有望在不久的将来形成一个独立的新兴产业。

4) 提高管理水平,改善管理环境

电子商务将信息传递数字化,使用标准的数据传输数据,能有效的改善管理环境,在企业微观上,企业内部网络实现了企业内部信息的低成本共享,管理信息可以通过网络迅速传递到每个部门和责任人员,实现中间管理人员的裁减,降低管理成本,信息的传递也会更快捷而准确,同时通过接入国际互联网,企业管理人员可以获得全面、及时的商务信息,加快决策速度。

5) 扩大企业影响力,增强企业未来的竞争优势

电子商务本身的技术含量较高,属于前瞻性的行业,率先使用电子商务的企业将在同行中树立起进取的形象,体现出容易接纳新事物、具有创新的精神,将有助于企业建立健康、向上的良好形象,因此,企业可以通过使用电子商务树立领先形象,使商业伙伴对企业形成良好的商业印象,建立未来的竞争优势,同时也可以对企业已有的传统商务活动产生良好的影响。

在信息科技和网络技术高速发展的今天,西方各国企业给与高度重视,将电子商务作为企业商业

活动的基础予以构建和发展,并初步出现了 Amazon、美国在线、雅虎等较为成功的电子商务机构。在经济全球化日益发展的今天,社会经济已经走出一国的范畴,无论是在宏观层次上还是在企业的微观层次上都要融入世界经济的大潮,实现资源配置、产品生产和市场的国际化。

4 我国企业如何发展电子商务

我国电子商务经过近十年的宣传和推广,有了一定程度的发展,已经有部分企业认识了电子商务,也出现了像北京华懿商城等典型的电子商务机构。在消费者群体上,1998年底上网人数已经超过了22万,2000年又突破了1700万,发展速度非常快。据预测,中国的上网人数将以年均40%的速度增长,至2004年将增到4000万。高速增长的网络使用人数为电子商务机构提供了良好的消费者市场,众多潜在的网络使用人群对于我国的企业来说更是意味着巨大的商业机会。但同时我国的电子商务也面临着诸多的问题,例如电子支付和安全问题没有妥善解决,传统消费习惯难以改变,企业和消费者对电子商务的认识程度较低等等。我国企业在使用电子商务的时候将会遇到不少的困难。

综合以上分析,我国企业应该将电子商务作为获得企业竞争优势的重要来源,作为企业的战略性目标予以发展。以下几个方面是值得注意的:

1) 使用电子商务实现企业成本优势的升级

美国的管理学专家彼特教授指出,相对低的成本是企业最根本的竞争优势,具有稳定低成本的企业可以在市场上保持长期的领导地位。我国企业的成本优势主要来源于低廉的劳动力成本。随着我国经济的发展,劳动力成本在不断上升,逐渐削弱了我国企业的成本优势。我国企业可以加强电子商务的应用,使用信息技术降低企业的经济活动成本,从以劳动力要素为基础的低层次的成本优势升级到以信息技术为基础的高层次的成本优势。同时通过积极的产品创新获得动态的成本优势。

2) 通过电子商务参与国际水平的产品创新,提高国际竞争力

企业产品的差异性是企业竞争优势得以发展和延续的基础。因此,产品创新对企业未来竞争优势的形成非常重要。我国企业要立足于国际市场,不仅要发挥低成本优势,还要充分了解国际市场信

息,积极参与产品创新,获得新的竞争优势。

电子商务是基于信息化网络的现代化商业手段,它能够有效地解决我国企业的市场信息问题。国际互联网具有开放性,网络信息的信息不因机构的大小、距离的远近而有所不同。我国企业可以通过浏览网络资源获得与国外同样丰富的信息,及时了解国际市场的动向,有利于我国企业在国际水平上考虑产品的创新,从单一的成本优势发展到兼有低成本和差异性的全面竞争优势。

3) 从提高企业竞争优势的战略性角度发展电子商务

电子商务可以提高企业的竞争优势,但这并不一定能表现为企业的盈利。据美国《商业周刊》的报道,美国有超过80%的商业机构在电子商务业务方面是亏损的,其他有10%是收支平衡的,只有10%左右的机构是有盈利的。这表明,短期内企业并不能通过电子商务增加多少收入,反而会因为电子商务的初期投资支出和营运支出而发生亏损。如果不充分认识电子商务的优势所在,企业容易被短期行为左右,从而失去发展的机会。电子商务对企业的作用是远期的、战略性的。电子商务可以提高企业的管理水平,帮助企业获得世界市场的信息,推动企业产品创新,这些都是难以用经济收益来衡量的。现在世界市场正日益成为一个统一整体,信息对企业的国际竞争尤为重要。电子商务可以使企业低成本、及时地获得网络上的信息资源,在信息的获取方面处于有利地位。因此,我国企业不应该用传统的成本收益法来衡量电子商务,应该从远期竞争能力的角度去思考和发展电子商务。

5 结束语

电子商务绝不仅是计算机网络的应用和商业活动的开展。作为一种新兴的商务生产力,它可以使人类趋向于实现生产、流通和消费无库存,可以使人类物尽其用,使人类社会可持续发展。所以,我们必须从法规、政策、技术、管理、试验和人才培养等多方面综合推进,大力发展这一面向21世纪的新生产力。我国各种体制的生产、商贸、流通企业应主动而积极地加入到这场伟大的商业革命中来,各司其职、各尽所能,用电子商务这一崭新的生产力推动我国经济、社会的持续发展。

(下转第32页)

社, 1999.

- [2] 朱荣恩. 建立和完善内部控制的思考[J]. 会计研究, 2001, (1).
- [3] 马永强, 贾善和. 内部会计控制浅探[J]. 经济师, 2001, (5).
- [4] 高雅青, 李三喜. 内部控制与审计风险案例分析[M]. 北京: 中国时代经济出版社, 2002.

Internal Control, Accounting Control and Internal Auditing

YU Han-bin

(The Auditing Section, East China Jiaotong University, Nanchang Jiangxi 330013, China)

Abstract: Internal Control is generated and developed in accordance with the need of internal demand; Internal control is the process of providing reasonable insurance. It includes 5 related factors; controlling environment, risk evaluation, controlling activities, information and communication, supervision and control, the 2 main principle for designing internal control are the principle of mutual pinning down and mutual cooperation, the one of cost efficiency; Accounting control is the most important measure of internal control; There are 3 ways for accounting control; basic control, diversing core control and physical control, Internal audit is part of internal control, and also the control of internal control as well.

Key words: internal; control; accounting; audit

(上接第 28 页)

参考文献:

- [1] 兰宜生. 新编电子商务概论[M]. 北京: 中国财政经济出版社, 2001.
- [2] 陈科鹤. 电子商务实务教程[M]. 北京: 清华大学出版社, 2002.
- [3] 甘利人. 企业信息化建设与管理[M]. 北京: 北京大学出版社, 2001.
- [4] 林丹明. EC 案例[M]. 北京: 中国财政经济出版社, 2001.
- [5] 成栋. 电子商务[M]. 大连: 东北财经大学出版社, 2001.

Tendency of Developing E·C in Chinese Enterprise

HUANG Wen-chang¹, DING Chang-yuan²

(1. School of Natural Science, East China Jiaotong University, Nanchang 330013, China; 2. Institute of Computing Technology, Jiang Xi Province, Nanchang 330013, China)

Abstract: E·C influenced the traditional management and circulation pattern to such an extent that a new pattern of management and circulation has come into being. This paper makes an analysis on the competitive advantage E·C brought about and how enterprises develop E·C.

Key words: EC; enterprise; competitive advantage; developing tendency